André Kemper und Tonio Kröger

Pionierarbeit wird ausgezeichnet

Die Gründer der Berliner Werbeagentur Antoni haben erneut den renommierten Horizont-Award erhalten. Dabei endet nun ihr Ausflug ins Unternehmertum.

Das kommt nicht allzu oft vor: Die beiden Werbemanager André Kemper und Tonio Kröger haben am Mittwochabend zum zweiten Mal den Horizont-Award bekommen – so etwas wie den Oscar der deutschen Werbebranche. Die beiden Werber, die 2015 gemeinsam die Agentur Antoni in Berlin gründeten, wurden damit für ihre Pionierarbeit in dem Bereich geehrt.

Mit Antoni hätten Kemper und Kröger „eine neue Agentur ins Leben gerufen, die sich schnell einen Namen gemacht hat und heute zu den bekanntesten Werbedienstleistern in Deutschland gehört", urteilte die Jury. Mit ihrem Ansatz, für jeden Kunden eine maßgeschneiderte Exklusiv-Einheit zu gründen, haben „Kemper und Kröger dem Modell Customized Agency in Deutschland zum Durchbruch verholfen", hieß es in der Begründung. Medienmanager wie Tom Buhrow vom WDR und Stephanie Caspar von Axel Springer gehören ebenso zu dem Gremium wie zum Beispiel der Vodafone-Marketingchef Gregor Gründgens.

Die Agentur startete mit einem lauten Knall: Als Mercedes-Benz 2014 nach einem neuen Kreativpartner suchte und auch ein monatelanger Auswahlprozess kein Ergebnis lieferte, brachte sich das Duo Kröger/Kemper ins Gespräch. Zusammen mit dem damaligen Mercedes-Marketingchef Jens Thiemer, der inzwischen beim Konkurrenten BMW angeheuert hat, nahm der Plan Gestalt an: Die beiden Werbestrategen gründeten eine Agentur – mit Mercedes-Benz als zunächst einzigem Kunden. Customized Agency heißen solche Agenturmodelle, die passgenau auf die Bedürfnisse der Werbekunden eingehen.



Antoni

André Kemper (l.) und Tonio Kröger: Die beiden Werber haben zum zweiten Mal den Horizont-Award erhalten.

Kröger und Kemper blickten beide zu diesem Zeitpunkt auf langjährige Werbekarrieren zurück. Kröger war zuvor als CEO der Networkagentur DDB tätig gewesen, die zum US-Werbekonzern Omnicom gehört. Kemper hatte mit Michael Trautmann die Hamburger Agentur Kemper-Trautmann aufgezogen, die später in Thjnk umbenannt werden sollte. 2014 hatten beide Werber Lust auf etwas Neues – auf das Abenteuer Unternehmertum.

Doch die Branche nahm den beiden Werbern ihr Engagement bei Mercedes-Benz zunächst übel. Schließlich waren einige renommierte Agenturen bei dem vorherigen Pitch von dem Autobauer verschmäht worden – und hatten nun für die neue Agenturlösung wenig Verständnis.

Kröger und Kemper ließen sich von der Kritik aus der eigenen Branche aber wenig beirren. Sie stampften 2015 innerhalb weniger Monate eine mittelgroße Werbeagentur aus dem Boden. Inzwischen zählt Antoni rund 170 Mitarbeiter – aus 25 Nationen. Und es werden in den kommenden Monaten noch mehr Beschäftigte hinzukommen. In Agenturkreisen spricht man von einer Verdopplung der Firmengröße. Kröger will die Gerüchte allerdings nicht bestätigen.

Fakt ist: Kemper und Kröger haben sich in diesem Sommer zu einem kompletten Verkauf ihrer jungen Werbeagentur entschieden. Antoni wechselt den Besitzer und wandert künftig unter das Dach des amerikanischen Konzerns Omnicom. Gleichzeitig wird das US-Network künftig der erste Ansprechpartner für sämtliche Werbemaßnahmen von Mercedes-Benz sein. Die Federführung wird Antoni – als künftige Omnicom-Konzerntochter – übernehmen.

Dadurch weitet sich der Einfluss der Berliner Agentur aus. Konkurrierende Agenturen wie Publicis aus Frankreich werden offensichtlich weniger Marketingaufgaben von Mercedes-Benz erhalten. Der Konzern hatte extra eine Tochter namens Emil – nur für Mercedes-Benz – am Standort Berlin eröffnet.

Kröger und Kemper war es allerdings immer wichtig, sich nicht nur von einem einzigen Kunden abhängig zu machen. So gewannen sie weitere Unternehmen als Kunden, darunter den Süßwarenhersteller Katjes, die Reinigungsmarke Kärcher, das Betten-Start-up Bettl und den Telekommunikationskonzern Vodafone. Für jedes dieser Unternehmen baute Antoni eigene, voneinander getrennt agierende Einheiten auf.

Den Trend zu Customized Agencies haben allerdings auch andere Agenturen erkannt. Serviceplan, Deutschlands größte inhabergeführte Agentur, gründete beispielsweise eigene Einheiten für den Kaffeeröster Tchibo und die Telekommunikationsmarke O2. Catrin Bialek